

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan pada temuan penelitian dan pembahasan tentang media pemasaran berbasis *Android* untuk produk *teahing factory* di SMK PPN Lembang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Proses perancangan media pemasaran berbasis *Android* untuk produk *teaching factory* SMK PPN Lembang terdiri dari; (1) *Requirement Analysis*, yaitu penentuan kebutuhan *hardware* dan *software* yaitu; laptop dan *smarthphone*, serta komponen dalam pembuatan aplikasi yaitu isi konten setiap page yang ada; (2) *System Design*, yaitu pembuatan *storyboard* sebagai acuan perancangan media pemasaran; (3) *Implementation*, yaitu penerapan *storyboard* menjadi *sub program* sekaligus pengujian *black box* dan secara keseluruhan media pemasaran lolos uji; (4) *Integration and Testing*, yaitu penggabungan *sub program* menjadi satu program yang utuh dan lakukan validasi ahli media dan ahli pemasaran, selain itu juga di lakukan perbaikan sesuai saran ahli; (5) *Deployment of System*, yaitu penyebaran program atau aplikasi kepada *user* sekaligus responden untuk mengetahui respon pengguna media pemasaran; (6) *Maintenance*, perbaikan yang di lakukan dari saran responden dengan pertimbangan dari ahli. Media pemasaran direvisi sesuai dengan saran yang diberikan, sampai menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan saran. Hasil produk berupa media pemasaran berbasis *Android* untuk produk *teaching factory*.
- 2) Hasil validasi ahli media dan ahli pemasaran terhadap media pemasaran yang dikembangkan memperoleh persentase 75,78% dan 85,40% termasuk kedalam kategori "Layak" untuk ahli media dan "Sangat Layak" untuk ahli pemasaran. Kemudian media yang dikembangkan direvisi sesuai dengan saran dari ahli media dan ahli pemasaran. Selanjutnya dilakukan penilaian respon pengguna media pemasaran yang dilakukan oleh responden, hasil respon pengguna media pemasaran memperoleh persentase kelayakan sebesar 80,06% Secara

keseluruhan dapat disimpulkan bahwa media pemasaran berbasis *Android* untuk produk *teaching factory* layak untuk digunakan pada kegiatan *marketing promotion*.

- 3) Antusiasme pengguna didapatkan pada *website traffic* dengan jumlah 157 orang pengguna selama dua minggu. Dari 157 orang pengguna, didapatkan 610 penggunaan *page* pada aplikasi dan penggunaan *page* tertinggi terdapat pada *page home* yang telah di tekan sebanyak 264 kali.

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

### 1) Implikasi

- a. Media pemarkan berbasis *Android* untuk pemasaran produk dapat digunakan pada proses pemasaran produk *teaching factory* yang digunakan secara online. Tetapi terdapat kendala yaitu proses loading yang lama.
- b. Jangkauan pasar dapat menjadi lebih luas karena pemasaran dilakukan secara *online* sehingga konsumen dapat mengetahui informasi produk secara *online*. Akan tetapi diperlukan publikasi lebih besar untuk dapat menyebarkan aplikasi yang ada sehingga diketahui lebih banyak masyarakat umum.
- c. Penjualan produk dapat dilakukan secara *online*, namun prosesnya masih manual melalui *contact person* dan belum dapat melayani pembayaran secara otomatis.
- d. Media pemarkan berbasis *Android* telah memiliki fitur yang terbilang cukup lengkap, akan tetapi ada fitur yang memerlukan *upgrade* akun terlebih dahulu seperti fitur pembayaran secara *online*.
- e. Media pemasaran yang ada sudah memiliki informasi mengenai produk, akan tetapi informasi masih memiliki kekurangan seperti nilai gizi yang belum tentu akurat.
- f. Produk *teaching factory* yang sudah ada sangat berpotensi pada dunia perdagangan, akan tetapi *teaching factory* belum memaksimalkan pengelolaan, penjualan, data *teaching factory* dan seluruh aspek menyangkut *teaching factory*.
- g. Akun media sosial dan *website* yang dimiliki sekolah belum terhubung dengan *website teaching factory*.

## 2) Rekomendasi

Berdasarkan temuan hasil penelitian telah dilakukan, maka terdapat beberapa hal yang dapat direkomendasikan, yaitu:

- a. Bagi Guru Mata Pelajaran Produktif, sebaiknya guru mata pelajaran produktif di program keahlian Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian menggunakan media pemasaran berbasis *Android* untuk pemasaran produk *teaching factory*, disamping pemasaran yang dilakukan secara *offline*, sehingga kegiatan pemasaran dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengenalkan siswa untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi.
- b. Bagi Penanggung Jawab Pemasaran *Teaching Factory*, untuk beberapa produk yang dihasilkan bersifat mudah rusak dan memiliki masa simpan yang cukup singkat, sehingga produk dengan pemasaran secara online perlu dibatasi berdasarkan pengiriman secara lebih spesifik sehingga produk yang diterima konsumen dapat terjaga kualitasnya. Selain itu berdasarkan analisis tanggapan responden untuk menambah kepercayaan dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian yaitu melengkapi informasi produk gizi sesuai kenyataan yang ada dan dicantumkan pada kemasan yang diproduksi pada *teaching factory*.
- c. Bagi Pemegang Media Pemasaran, sebaiknya dilakukan upgrade *website* domain *wix* ke premium, sehingga *website* dapat disertai dengan layanan otomatis yang terhubung dengan bank sehingga konsumen bisa dengan mudah melakukan pembayaran. Untuk aplikasi *Android* agar segera mendapatkan pembiayaan sehingga aplikasi dapat diunggah ke layanan *Play Store* sehingga pengguna *Android* dapat menginstal secara lebih mudah.
- d. Bagi pemegang akun dan *website* SMK PPN Lembang, sebaiknya menyantumkan link dari media pemasaran yang telah dibuat, agar media pemasaran tidak berdiri sendiri. Selain itu publikasi yang lebih besar mengenai media pemasaran yang ada harus lebih disebarluaskan agar masyarakat umum dapat mengetahuinya.